



Rapport de gestion

BV! Media inc. – exercice terminé le 31 décembre 2009

Ce rapport doit être lu conjointement avec l'information contenue dans les états financiers de la société et les notes qui s'y rapportent.

Rapport en date du 21 avril 2010

Vue d'ensemble

BV! Media est une entreprise de nouveaux médias, incorporée en 2000 mais dont les activités actuelles, par l'entremise de fusions, ont débuté en 1995. Elle tire la quasi-totalité de ses revenus de la publicité, vendue sous forme d'éléments textuels, graphiques ou vidéo, sur des sites web. Certains des sites qu'elle commercialise lui appartiennent dont le portail BRANCHEZ-VOUS!; la majorité des sites qu'elle commercialise appartient à d'autres éditeurs, qui lui confient en tout ou en partie leur commercialisation publicitaire. La société commercialise tous ces sites sous la forme d'un réseau publicitaire appelé BV! Media. Son siège social est à Montréal, Québec.

Faits saillants

- En mars 2009, les équipes de la société et de son ancienne filiale NetWorldMedia, acquise en octobre 2008, ont emménagé sous un même toit en s'installant dans de nouveaux bureaux, dans le Vieux Montréal.
- Au second trimestre de 2009, la société a renoué avec la profitabilité en enregistrant un bénéfice net positif après 5 trimestres de perte nette.
- En mai 2009, la société a changé son nom de BRANCHEZ-VOUS! en BV! Media, affirmant ainsi son ambition de devenir un joueur majeur en publicité Internet à travers tout le Canada. Le nom BRANCHEZ-VOUS! a été conservé pour le portail francophone et pour les activités de contenu.
- Également en mai, l'application BRANCHEZ-VOUS! sur iPhone et iPod Touch a été lancée dans le App Store de iTunes, où elle a par la suite été téléchargée par plus de 12 000 usagers.
- En août 2009, BV! Media a nommé Jean-Pascal Lion comme membre de son conseil d'administration.
- En septembre 2009, BRANCHEZ-VOUS! est devenu un fournisseur de contenus majeur pour le nouveau portail MSN.ca.
- En décembre 2009, BV! Media a recruté Cathy Fernandes, précédemment vice-présidente, ventes de Quebecor Media, comme vice-présidente, ventes et marketing, et s'est ainsi préparée à l'ouverture d'un bureau à Toronto, en janvier 2010.
- Malgré un environnement économique peu favorable, BV! Media est demeurée profitable en 2009 et a réussi à augmenter ses revenus de 95% par rapport à 2008, principalement grâce à l'intégration réussie des actifs de NetWorldMedia.

Mission, vision, stratégies et objectifs

Notre mission

BV! Media a pour mission d'**aider les entreprises et les organisations à rejoindre efficacement, sur Internet, les consommateurs et gens d'affaires canadiens par la publicité et les contenus d'information.**

Notre vision

BV! Media vise à :

- offrir le **réseau publicitaire Internet** le plus vaste, le plus complet, le plus innovant et le plus efficace pour rejoindre les consommateurs et les décideurs d'affaires canadiens; et
- devenir un fournisseur chef de file en **contenus d'information numériques** aux consommateurs et aux organisations du Canada.

Nos stratégies

Nos principales stratégies consistent en :

- concentrer nos efforts sur la **publicité Internet** afin de consolider notre position comme l'une des rares entreprises indépendantes et purement Internet au Canada
- étendre notre **réseau publicitaire** à travers le Canada
- améliorer nos **technologies propriétaires de ciblage comportemental** et de rapport sur la diffusion de publicité, pour pouvoir soutenir une croissance importante
- permettre à notre force de ventes d'offrir **la plus large gamme de solutions publicitaires** – du marketing sur les moteurs de recherche jusqu'à la créativité média intégrée des sites de marque reconnus, en passant par la publicité texte vendue au coût par clic et la publicité graphique – à un groupe toujours grandissant de clients nationaux et locaux; et
- concentrer le **développement de nos activités d'édition** dans des niches canadiennes spécifiques de contenu à forte valeur, en s'appuyant sur la marque BRANCHEZ-VOUS!

Comment nous avons atteint nos objectifs de 2009

Voici les buts que nous nous étions fixés pour 2009, tels que mentionnés dans notre rapport de gestion de l'année financière 2008, et les mesures prises afin de les atteindre en 2009 :

- «Accroître le nombre de sites de langue anglaise dans notre réseau publicitaire»: en 2009, le nombre de sites de langue anglaise représentés par BV! Media a augmenté d'environ 100 à environ 150 sites.
- «Obtenir des mandats de représentation au Canada de grands éditeurs étrangers pour les aider à rentabiliser leur inventaire publicitaire canadien»: en février 2009, BV! Media a signé une entente de représentation exclusive avec AdGent 007, entente qui lui permet de représenter des sites de premier plan tels que Telegraph.co.uk, Independent.co.uk et Guardian.co.uk.
- «Rejoindre plus de 10 millions de Canadiens chaque mois avec notre réseau publicitaire»: en décembre 2009, le réseau BV! Media rejoignait plus de 16 millions de Canadiens, selon comScore.
- «Se faire reconnaître comme un grand réseau publicitaire canadien sous la marque BV! Media» : autant le classement de BV! Media par comScore comme 8^e plus grand réseau de publicité Internet au Canada que le recrutement de Cathy Fernandes comme vice-présidente, ventes et marketing – ce qui nous a permis d'ouvrir un bureau à Toronto au début de 2010 -, ont clairement établi BV! Media comme un joueur majeur dans le marché canadien de la publicité Internet.
- «Augmenter notre part du marché publicitaire canadien» : le Bureau de la publicité Internet du Canada (IAB Canada) prévoyait une croissance de moins de 10% pour l'ensemble du marché en 2009. Durant la même période, BV! Media a augmenté ses ventes de 95% et a donc augmenté sa part de marché.
- «Positionner BRANCHEZ-VOUS.com comme une source de nouvelles originales, et non comme un portail de contenu générique» : en remplaçant les fils de la Presse canadienne par ses propres nouvelles, et en distribuant son contenu propriétaire sur d'autres portails tiers, BV! Media s'est positionnée comme un important producteur de nouvelles originales.
- «Procéder à la refonte de la page d'accueil de BRANCHEZ-VOUS.com afin de moderniser son

apparence et la rendre plus attirante pour les nouveaux usagers et les annonceurs» : à la suite d'un redesign complet, le site BRANCHEZ-VOUS.com a été relancé sous une nouvelle apparence séduisante en février 2010.

Nos objectifs en 2010

- Augmenter les ventes de 25% ou plus par rapport à 2009;
- augmenter les ventes sur les sites en anglais encore plus rapidement;
- augmenter jusqu'à 450 le nombre de sites représentés dans le réseau;
- redessiner le site Showbizz.net et le positionner comme la première source de nouvelles culturelles et le premier lieu de bardage sur les vedettes au Québec; et
- mettre à profit l'expertise et les ressources de BV! Media en production de contenu en fournissant à des clients des contenus à vocation de marketing.

Tendances du marché

Au Canada, le pourcentage de consommateurs qui utilisent régulièrement Internet continue d'augmenter légèrement et a atteint 72% en décembre 2008 (source: *The comScore 2008 Digital year in review*, mars 2009). Durant le mois de décembre 2008, l'internaute canadien se branchait en moyenne 26 jours, passait 45 heures en ligne et visitait 4 000 pages.

À l'inverse de la tendance dans les autres médias, le marché de la publicité sur Internet continue à croître, un peu moins rapidement, cependant, qu'au cours des années précédentes. Le 28 juillet 2009, IAB Canada prévoyait une croissance de 9% des investissements en publicité sur Internet au Canada en 2009, après une croissance de 29% en 2008. Cette prévision établissait le marché à 1,75 milliard \$ en 2009, contre 1,6 milliard \$ en 2008. Grâce à la forte croissance en 2008, Internet est devenu le troisième média publicitaire en importance avant la radio, et seulement après la télévision et les journaux.

Voici quelques tendances remarquables en 2009 et au début de 2010:

- Emphase marquée vers l'exigence de retour mesurable sur l'investissement, qui bénéficie à la publicité achetée en coût par clic (« CPC ») et, plus particulièrement, à la publicité dans les moteurs de recherche ;
- Augmentation du pourcentage d'annonceurs utilisant le ciblage comportemental dans leurs campagnes Internet ;
- Double polarisation de l'intérêt des annonceurs vers, d'une part, l'intégration de concepts de marketing dans le contenu de sites de marque connue et, d'autre part, des achats de publicité sur de larges réseaux motivés par l'attente d'un retour sur investissement ;
- Augmentation du temps passé sur les réseaux sociaux, principalement sur Facebook, et baisse relative du temps passé sur les portails et les sites média ;
- Augmentation de la consommation de contenus vidéo et augmentation de la demande des annonceurs pour ces contenus ;
- Faisant suite au transfert de grands budgets de publicité des médias traditionnels vers le Web, augmentation de la demande des annonceurs pour des sites féminins et des cibles féminines ;
- Augmentation de l'utilisation des téléphones intelligents et des appareils mobiles, principalement les iPhone et les iPod Touch, mais qui n'est pas suivi dans les mêmes proportions par une demande accrue des annonceurs pour la publicité mobile ;
- Plusieurs grandes entreprises de média peinent à développer leur offre web et à devenir des joueurs importants dans le marché de la publicité Internet ; et
- Légère augmentation de la concurrence en publicité de recherche, suite au lancement de Bing pour concurrencer la position dominante de Google dans ce marché.

Plusieurs de ces tendances devraient être bénéfiques à BV! Media, qui commercialise une large gamme de solutions - de l'intégration de contenus sur des sites de premier plan à la publicité en CPC et sur des moteurs de recherche, avec une plate-forme technologique propriétaire de ciblage comportemental.

Concurrence

En tant que réseau publicitaire, BV! Media a maintenant une douzaine de concurrents directs au Canada, les plus importants étant Google AdNetwork, Microsoft Media Network, AOL Advertising, le réseau Sympatico.ca (une filiale de Bell), le réseau Yahoo! et Olive Media (une co-entreprise de Torstar et de Gesca, elle-même filiale de Power).

En tant qu'éditeur, BV! Media est maintenant en concurrence directe avec Cyberpresse et, dans une moindre mesure, avec Radio-Canada.ca, Canoë, Sympatico.ca, MSN.ca, RDS.ca et Yahoo.ca.

De façon générale, en tant que vendeur de publicité Internet et comme les budgets continuent à migrer des médias traditionnels vers le web, BV! Media est également en concurrence avec la plupart des grands groupes canadiens de médias.

Principaux indicateurs de performance

La direction considère que les principaux indicateurs de performance de la société sont les suivants: les ventes; le bénéfice brut; le bénéfice net; le bénéfice avant intérêts, impôts, amortissement et dépréciation (BAIIA) ajusté; et les capitaux propres.

Capacité de livrer de meilleurs résultats

La capacité de la société à livrer les résultats souhaités dépend principalement :

- De l'évolution (taille, composition et concentration) du marché de la publicité sur Internet au Canada ;
- de la portée, du nombre d'impressions publicitaires ainsi que de la composition des visiteurs du réseau publicitaire de BV! Media ;
- De la capacité de la force de vente de la société à répondre adéquatement aux attentes de ses clients annonceurs et agences ;
- Du degré de concurrence dans le marché, qui peut affecter les tarifs publicitaires et les taux des redevances versées aux éditeurs des sites représentés ;
- De l'efficacité de la technologie utilisée pour cibler, livrer et fournir des rapports sur les campagnes de publicité, et de sa capacité à soutenir une forte croissance ;
- De la capacité de la société à bien répondre aux attentes en contenu des usagers des sites qu'elle exploite et des clients de ses services de contenu ; et
- Du maintien d'une structure financière saine et d'un fonds de roulement suffisant pour lui permettre d'agir rapidement face aux menaces et occasions d'affaires qui peuvent se présenter.

Performance générale

L'exercice terminé le 31 décembre 2009 a été la première année financière complète après la fusion des activités de BRANCHEZ-VOUS! inc. et de NetWorldMedia inc., à la suite de la transaction finalisée le 31 octobre 2008.

Grâce à l'apport de revenus de NetWorldMedia inc., BV! Media inc. a presque doublé ses ventes et a augmenté son profit brut de 82% en 2009 comparativement à 2008.

Comme les dépenses d'exploitation ont augmenté de seulement 32%, la société a enregistré un bénéfice net de 429 705 \$ en 2009, comparativement à une perte nette de 315 053 \$ en 2008.

Le BAIIA a presque été multiplié par six, de 209 686 \$ en 2008 à 1 194 564 \$ en 2009 – soit 11% des produits. Le BAIIA ajusté a augmenté de 357%, pour s'établir à 1 255 447 \$ en 2009.

BV! Media a enregistré un bénéfice de 0,01 \$ par action en 2009, comparativement à une perte de 0.01\$ par action en 2008.

Les capitaux propres ont augmenté jusqu'à environ 6,8 millions \$ – soit 0,11\$ par action – au 31 décembre 2009.

Information annuelle choisie

Tous les chiffres sont en dollars.

Pour l'année financière terminée le:	31 décembre 2009	31 décembre 2008	31 décembre 2007
Produits	11 163 245	5 729 992	4 330 626
Bénéfice brut	5 640 996	3 107 941	2 324 506
Bénéfice net (perte nette)	429 705	(315 053)	349 547
Résultat de base et dilué par action	0,01	(0,01)	0,01
BAIIA*	1 194 564	209 686	397 686
% BAIIA	10,7%	3,6%	9,1%
BAIIA ajusté*	1 255 447	274 523	454 545
Actif total	9 692 930	9 444 930	2 777 768
Passif financier à long terme	460 255	991 204	0
Dividendes déclarés	0,00	0,00	0,00

* Le BAIIA se définit comme étant le bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements (incluant les dépréciations et radiation des investissements à long terme). Le BAIIA ajusté se définit comme le BAIIA auquel la société ajoute la rémunération à base d'actions, puisque cette forme de rémunération n'entraîne aucune sortie de fonds pour BV! Media. Le BAIIA et le BAIIA ajusté sont présentés dans le but d'aider les lecteurs à établir la capacité de BV! Media de générer des liquidités à partir de ses activités et d'acquitter ses charges financières. Ils s'agit également des indicateurs généralement utilisés à des fins d'évaluation d'entreprises. Les principes comptables généralement reconnus du Canada ne normalisent pas ces mesures, et celles-ci peuvent donc ne pas être comparables à des mesures semblables utilisées par d'autres entreprises.

Réconciliation du BAIIA ajusté

Tous les chiffres sont en dollars.

Pour l'année financière terminée le:	31 décembre 2009	31 décembre 2008	31 décembre 2007
Bénéfice net	429 705	(315 053)	349 547
Intérêts	2 219	2 453	-
Impôts exigibles (recouvrés)	293 892	(33 439)	-
Impôts futurs	-	(242 052)	-
Amortissement	428 987	235 327	48 139
Perte de valeur sur les immobilisations	28 163	-	-
Perte de valeur d'actifs incorporels	3 849	532 959	-
Perte sur la disposition d'investissements à long terme	5 160	-	-
Radiation d'investissements à long terme	2 589	29 491	-
BAIIA	1 194 564	209 686	397 686
Rémunération à base d'actions	60 883	64 837	56 859
BAIIA ajusté	1 255 447	274 523	454 545

Résultats d'exploitation

Le 1er janvier 2009, la société et ses filiales, 4306112 Canada inc. et NetWorldMedia inc., ont fusionné. La fusion a été comptabilisée selon la méthode de la continuité des intérêts communs, soit à la valeur comptable des actifs et des passifs des sociétés fusionnées.

Le 1er janvier 2009, la société a vendu 32 actions (32% des actions votantes) de sa filiale TonClip.com inc. pour une considération de 1 250 \$. À l'issue de cette transaction, TonClip.com inc. n'était plus une filiale de la société. Tous les actifs et passifs liés à cette filiale, qui n'étaient pas significatifs, ont été décomptabilisés. La société conserve un placement de 19% des actions de TonClip.com Inc.; placement dont la valeur a été radiée au 31 décembre 2009.

L'exclusion de TonClip.com inc. des résultats de 2009 n'a pas d'incidence significative sur les états financiers de la société, ni sur la comparaison avec les états financiers consolidés de l'année précédente. En revanche, la prise en compte des résultats opérationnels de 4306112 Canada inc. et de NetWorldMedia inc. pendant les 12 mois de l'exercice 2009 et pendant les deux derniers mois de l'exercice 2008 a eu un impact significatif sur les états financiers de la société pour l'année financière terminée le 31 décembre 2009 et sur ceux de la période de trois mois terminée le 31 décembre 2008.

Produits

Les produits ont augmenté de 95% en 2009 par rapport à 2008. Cette croissance est essentiellement due à la contribution, pendant toute l'année 2009, des ventes sur le réseau précédemment appelé NetWorldMedia, qui n'était inclus que du 1^{er} novembre au 31 décembre durant l'exercice financier 2008. Il est impossible de dire comment les produits auraient varié sans cette contribution, puisque les activités de NetWorldMedia ont été complètement intégrées dans celles de la société à la fin de l'année financière terminée le 31 décembre 2008.

En 2010, BV! Media prévoit augmenter ses produits de 25% par rapport à 2009, principalement grâce à l'ouverture du bureau de Toronto en janvier 2010 et à l'augmentation attendue des ventes sur les sites de langue anglaise. La direction s'attend également à une reprise générale du marché publicitaire.

Coût des ventes

Le coût des ventes, qui correspond aux redevances versées aux éditeurs de sites représentés par BV! Media (aucun coût des ventes n'est enregistré pour les ventes sur les sites appartenant en totalité à la société), a augmenté de 111% en 2009 par rapport à 2008, soit un peu plus rapidement que les ventes. L'augmentation du coût des ventes en pourcentage des produits - passé de 46% en 2008 à 49% en 2009 - est principalement due au fait que NetWorldMedia ne possédait aucun des sites qu'elle commercialisait et que, par conséquent, elle avait un ratio de coût des ventes plus élevé que celui de la société avant son acquisition de NetWorldMedia.

En 2010, comme BV! Media prévoit augmenter de façon significative ses ventes sur les sites de langue anglaise, la proportion des ventes sur les sites lui appartenant en totalité, qui sont tous actuellement de langue française, devrait être plus basse qu'en 2009, ce qui causerait une augmentation du coût des ventes en pourcentage des ventes.

Bénéfice brut

Le bénéfice brut a augmenté de 82% en 2009. En pourcentage des ventes, il a diminué de 54% des ventes en 2008 à 51% des ventes en 2009.

En 2010, BV! Media prévoit une augmentation de son bénéfice brut, grâce à une croissance prévue des ventes. Cependant, en pourcentage des ventes, le bénéfice brut devrait être moins élevé, à cause de l'augmentation du coût des ventes exprimé en pourcentage des ventes.

Dépenses d'exploitation

Les dépenses d'exploitation ont augmenté de 32% en 2009. Exprimées en pourcentage des ventes, elles ont diminué de 65% des ventes en 2008 à 44% des ventes en 2009. Cette diminution est principalement due à :

- des synergies de coût résultant de l'intégration du réseau publicitaire et de la force de ventes de NetWorldMedia;
- la prise en compte, en 2008, d'une charge pour radiation d'investissements à long terme de 29 491 \$;
- la prise en compte, en 2008, d'une importante charge pour perte de valeur d'actifs incorporels de 556 542 \$; et
- la stabilité générale des coûts d'administration.

En 2010, BV! Media prévoit une augmentation significative des dépenses d'exploitation, principalement à cause de l'ouverture d'un bureau à Toronto en janvier 2010 et des dépenses en ventes et marketing liées à cette ouverture afin de développer la présence de la société dans le marché du Canada anglais. La direction prévoit que, exprimées en pourcentage des ventes, les dépenses d'exploitation seront un peu plus hautes en 2010 qu'en 2009, principalement dû au fait que l'augmentation des dépenses liées au bureau de Toronto se fera sentir à partir du début de l'année tandis que l'effet découlant sur les ventes ne se fera sentir que plus tard dans le courant de l'année.

Résultat net

Le bénéfice net de 429 705 \$ en 2009 – soit 4% des produits – résulte d'une augmentation du bénéfice brut et se compare à une perte nette de 315 053 \$ - soit 5% des produits – en 2008. La direction prévoit que la société demeurera profitable pendant l'année financière qui se terminera le 31 décembre 2010, bien qu'elle prévoie enregistrer des pertes pendant la première moitié de l'année financière 2010.

BAIIA

Le **BAIIA** a augmenté de 470% en 2009, passant de 4% des produits en 2008 à 11% des produits en 2009, principalement à cause de la relativement faible augmentation des charges d'exploitation durant l'exercice comparativement à l'augmentation beaucoup plus forte des produits. La direction prévoit le maintien d'un BAIIA positif en 2010 bien que les marges bénéficiaires puissent être réduites à cause des coûts liés au nouveau bureau de ventes de Toronto.

BAIIA ajusté

Le **BAIIA ajusté** a augmenté de 357% en 2009, passant de 5% des produits en 2008 à 11% des produits en 2009. La direction prévoit le maintien d'un BAIIA ajusté positif en 2010.

Analyse horizontale

Variation des principaux postes de l'état des résultats. En milliers de dollars, sauf pour le bénéfice par action en dollars.

	2009	Variation / 2008	Variation / 2008
	\$	\$	%
Produits	11 163	+5 433	+95
Coût des ventes	5 522	+2 900	+111
Bénéfice brut	5 641	+2 533	+82
Charges d'exploitation	4 917	+1 186	+32
Bénéfice net	430	+745	-
Bénéfice par action	0,01	+0,02	-
BAIIA	1 195	+985	+470
BAIIA ajusté	1 255	+980	+357

Analyse verticale

Part des principaux postes de l'état des résultats en proportion des produits.

	2009	2008
Produits	100%	100%
Coût des ventes	49%	46%
Bénéfice brut	51%	54%
Charges d'exploitation	44%	65%
Bénéfice net	4%	-5%
BAIIA	11%	4%
BAIIA ajusté	11%	5%

Situation de trésorerie

BV! Media disposait, au 31 décembre 2009, de 468 658 \$ en espèces et quasi-espèces, comparativement à 81 410 \$ en espèces et 300 000 \$ en placements temporaires au 31 décembre 2008.

Durant l'année financière 2009, un montant de 300 000 \$ en placements à court terme a été liquidé et utilisé pour rembourser un montant de 275 933 \$ en avances des actionnaires.

À la fin de l'année 2008, la direction avait négocié une marge de crédit de 700 000\$ garantie par les comptes clients, pour financer la croissance de la société, au besoin. Cette marge de crédit a été

renégociée au début de 2010 et porte maintenant intérêt au taux de base bancaire majoré de 1,6%. Les autres termes de la marge sont demeurés les mêmes que précédemment.

Obligations contractuelles

Tous les chiffres sont en dollars.

	TOTAL	2010	2011	2012
Location-exploitation	334 638	130 434	102 102	102 102
Obligations d'achat	459 313	384 056	61 174	14 083
TOTAL des obligations contractuelles	793 951	514 490	163 276	116 185

Les obligations d'achat sont, pour la plupart, des redevances garanties par la société à des éditeurs de sites représentés afin de cimenter les ententes de représentation avec eux.

Sources de financement

La société n'a pas de dette à long terme sauf pour des avances d'actionnaires à la société. Ces avances étaient remboursables à d'anciens actionnaires de 4306112 Canada inc. et sont maintenant assumées par la société. Au 31 décembre 2009, ces avances totalisaient 559 728 \$, composées d'un montant de 222 675 \$ enregistré comme une dette à long terme et d'un montant de 337 053 \$ enregistré comme la portion à court terme d'une dette à long terme.

La société n'a aucune source de financement établie autre que l'autofinancement et une marge de crédit bancaire de 700 000 \$, garantie par une hypothèque mobilière sur ses comptes clients.

Opérations entre apparentés

BV! Media a enregistré en 2009 un montant de 21 412 \$ en opérations entre apparentés pour des frais légaux payés à une firme d'avocats dont une associée est également administratrice de la société. La société avait enregistré 92 445 \$ en opérations avec un apparenté en 2008.

Pendant l'exercice 2009, la société a remboursé 426 758 \$ en avances à des actionnaires. Ces avances résultaient de l'acquisition de NetWorldMedia inc. le 31 octobre 2008. Du total remboursé, un montant de 275 933 \$ a été versé en espèces et un montant de 150 825 \$ a été déduit d'une avance à ces mêmes actionnaires qui résultait d'un ajustement du prix de NetWorldMedia conformément à l'entente d'achat d'actions. Ces avances des actionnaires portent intérêt au taux de base bancaire majoré de 1% et sont remboursables au 1^{er} janvier 2011 en supposant que la société satisfasse à certains critères de liquidité.

Faits saillants

Fusion de 4306112 Canada inc. et NetWorldMedia inc.

Le 1er janvier 2009, BV! Media inc. (alors appelée BRANCHEZ-VOUS! inc.) et ses filiales, 4306112 Canada inc. et NetWorldMedia inc., ont fusionné. Les activités des sociétés fusionnées ont été poursuivies sous le nom BV! Media inc. La fusion a été comptabilisée selon la méthode de la continuité des intérêts communs, soit à la valeur comptable des actifs et des passifs des sociétés fusionnées.

Vente d'une participation de 32% dans TonClip.com inc.

Le 1er janvier 2009, la société a vendu 32 actions (32% des actions votantes) de sa filiale TonClip.com inc. À l'issue de cette transaction, TonClip.com inc. n'était plus une filiale de la société ni sous influence notable de la société.

Changement de nom

Le 27 mai 2009, à l'assemblée générale annuelle et spéciale des actionnaires, les actionnaires de la société ont approuvé un amendement autorisant la société à changer son nom de BRANCHEZ-VOUS! inc. à BV! Media inc., afin de mieux refléter l'ambition de la société de devenir un joueur majeur du marché de la publicité sur Internet à travers le Canada.

Acquisition de 4306112 Canada inc. et de NetWorldMedia inc.

Le 31 octobre 2008, BV! Media a acquis 4306112 Canada inc., une société de portefeuille dont le principal actif était la détention à 100% de NetWorldMedia inc., une société de Montréal exploitant un réseau de publicité Internet. NetWorldMedia était aussi l'un des principaux concurrents de BV! Media. Grâce à cette acquisition, BV! Media a plus que doublé sa taille, a élargi sa force de ventes, a agrandi son réseau, a

obtenu l'accès à une technologie propriétaire permettant le ciblage comportemental, et a renforcé son équipe de direction. La contrepartie de cette acquisition a été l'émission de 30 millions d'actions ordinaires aux actionnaires de 4306112 Canada inc. Cette contrepartie a été enregistrée dans les états financiers comme ayant une valeur de 4 322 619 \$ en utilisant un cours de 0,144 \$ par action.

Les anciens actionnaires de 4306112 Canada inc. et NetWorldMedia inc. se sont entendus pour verser à BV! Media une somme de 150 825 \$. Ce montant a été enregistré comme un compte à recevoir d'actionnaires au bilan de la société au 31 décembre 2008, et a été déduit des montants à payer aux actionnaires en 2009.

Autres informations

Échange promotionnel

BV! Media a procédé à plusieurs ententes d'échanges promotionnels avec des grands médias et des organisateurs d'événements, pour un montant totalisant 124 000 \$ en 2009, comparativement à un montant de 130 000 \$ en 2008. Un même montant a été enregistré en produits et en charges, correspondant à des transactions non monétaires.

Information trimestrielle

Chiffres en milliers de dollars, sauf les chiffres par action qui sont en dollars.

	2009				2008			
	T4	T3	T2	T1	T4	T3	T2	T1
Produits	3 273	2 431	2 986	2 473	2 492	1 007	1 281	950
Bénéfice brut	1 689	1 220	1 477	1 255	1 213	617	751	527
Bénéfice net (perte nette)	326	82	86	(64)	(233)	(56)	(18)	(8)
Résultats de base et dilué par action	0,01	0,00	0,00	(0,00)	(0,00)	(0,00)	(0,00)	(0,00)
BAIIA	699	228	227	41	147	(11)	65	9
BAIIA ajusté	694	244	246	71	165	1	83	26

Les ventes et le bénéfice varient de façon importante d'un trimestre à l'autre, parce que la très grande majorité des ventes de la société correspond à des campagnes publicitaires d'une durée de quelques semaines, qui ne font pas l'objet d'une régularité. Cependant, les ventes sont habituellement plus élevées lors des deuxième et quatrième trimestres de l'exercice.

Réconciliation du BAIIA ajusté

Chiffres en milliers de dollars, sauf les chiffres par action qui sont en dollars.

	2009				2008			
	T4	T3	T2	T1	T4	T3	T2	T1
Bénéfice net (perte nette)	326	82	86	(64)	(233)	(56)	(18)	(8)
Intérêts	-	-	1	1	2	-	-	-
Impôts exigible	224	37	33	-	(33)	-	-	-
Impôts futurs	24	-	-	(24)	(242)	-	-	-
Amortissement	107	109	107	107	123	45	50	17
Perte de valeurs d'actifs incorporels ⁽¹⁾	4	-	-	-	530	-	33	-
Perte de valeur sur les immobilisations	6	-	-	22	-	-	-	-
Perte (gain) sur disposition d'investissements à long terme	6	-	-	(1)	-	-	-	-
Radiation d'investissements à long terme	2	-	-	-	-	-	-	-
BAIIA	699	228	227	41	147	(11)	65	9
Rémunération à base d'actions	(5)	16	19	30	18	12	18	17
BAIIA ajusté	694	244	246	71	165	1	83	26

⁽¹⁾ Les marques de commerce sont soumises à un test de dépréciation annuellement, ou plus fréquemment si des événements ou des changements de situation indiquent que les marques de commerce pourraient

avoir subi une perte de valeur. Le test de dépréciation consiste en une comparaison de la juste valeur de la marque de commerce avec sa valeur comptable. Lorsque la valeur comptable de la marque de commerce excède sa juste valeur, une perte de valeur est constatée pour un montant égal à l'excédent. La juste valeur est estimée en fonction de l'évaluation des flux de trésorerie futurs actualisés.

Quatrième trimestre

Au 4^e trimestre 2009, terminé le 31 décembre 2009:

- Les **produits** ont augmenté de 31% par rapport au 4^e trimestre 2008, en partie grâce à l'acquisition de NetWorldMedia au 31 octobre 2008, et de 35% par rapport au 3^e trimestre 2009, grâce à une augmentation des ventes publicitaires.
- Le **bénéfice brut** a augmenté de 38%, autant par rapport au 4^e trimestre 2008 que par rapport au 3^e trimestre 2009. Cette augmentation est due à l'augmentation des ventes.
- Le **bénéfice net** de 325 281 \$ au 4^e trimestre 2009 se compare à une perte nette de 232 612 \$ au 4^e trimestre 2008. Cette différence est principalement due à une perte de valeur d'actif incorporels enregistrée au 4^e trimestre 2008 et à l'augmentation des ventes publicitaires entre les deux périodes. Le bénéfice net a également augmenté de 298% entre le 3^e trimestre 2009 et le 4^e trimestre 2009, principalement grâce à l'augmentation du bénéfice brut.
- Le **BAIIA** a augmenté de 375% par rapport au 4^e trimestre 2008, principalement grâce à la différence entre les résultats nets entre les deux périodes. Sur une base séquentielle, la BAIIA a augmenté de 207% par rapport au 3^e trimestre 2009. Cette augmentation est due à l'augmentation des produits et du bénéfice brut.
- Le **BAIIA ajusté** a augmenté de 322% par rapport au 4^e trimestre 2008. Sur une base séquentielle, le BAIIA ajusté a augmenté de 185% par rapport au 3^e trimestre 2009.

Modification de conventions comptables

Écarts d'acquisition et actifs incorporels

Au 1er janvier 2009, la société a adopté le chapitre 3064 du Conseil des normes comptables (CNC) «Écarts d'acquisition et actifs incorporels» en remplacement des chapitres 3062 «Écarts d'acquisition et autres actifs incorporels» et 3450 «Frais de recherche et de développement». Cette nouvelle norme établit des critères plus rigoureux concernant la comptabilisation initiale des actifs incorporels, y compris les actifs incorporels générés en interne. Cette nouvelle norme n'a pas eu d'impact significatif sur les états financiers de société pour l'année financière terminée le 31 décembre 2009.

Modification future de conventions comptables

Normes internationales d'information financière (IFRS)

Le CNC a annoncé que les normes comptables au Canada seraient alignées sur les IFRS. La date de basculement des PCGR canadiens actuels aux IFRS a été établie au 1er janvier 2011. Bien que les IFRS utilisent un cadre conceptuel semblable à celui des PCGR canadiens, des différences significatives de méthodes comptables doivent être prises en compte. La société procède en ce moment à une appréciation de l'incidence future de ces nouvelles normes sur ses états financiers. La société développe actuellement son plan de conversion aux IFRS en donnant priorité aux normes qui pourraient avoir le plus grand impact sur ses résultats. L'analyse de la société prendra en compte l'identification des différences entre les IFRS et les politiques comptables actuelles de la société, l'évaluation de l'impact de ces différences et, si nécessaire, l'analyse des politiques qu'elle pourrait choisir d'appliquer.

Instruments financiers

Politique de gestion des risques financiers

La société effectue des opérations en devises étrangères et est exposée au risque de change. La société est également exposée au risque de taux d'intérêt en raison de la nature de ses instruments financiers. La gestion des risques financiers est assumée par la direction et la société n'a pas recours aux instruments financiers dérivés à des fins de spéculations.

Risque de crédit

La société consent du crédit à ses clients dans le cours normal des affaires. Sur une base continue, elle effectue des enquêtes de crédit sur ses clients et maintient des provisions pour pertes potentielles sur créances. La société n'exige généralement pas de caution. Les annonceurs placent des annonces par l'entremise d'agences de publicité, de sorte qu'une agence de publicité peut représenter plusieurs clients. Au 31 décembre 2009, la société n'est exposée à aucun risque important à l'égard d'un client particulier.

Le tableau suivant présente les détails de l'âge des comptes clients et la provision pour créances douteuses correspondante :

	<u>31 décembre 2009</u>	31 décembre <u>2008</u>
Courant	1 347 347 \$	964 843 \$
31-90 jours	1 833 620	1 822 777
91-150 jours	497 327	368 726
Plus de 150 jours	353 886	174 915
Moins : provisions pour créances douteuses	<u>(79 906)</u>	<u>(62 737)</u>
Total des comptes clients, net	<u>3 952 274 \$</u>	<u>3 268 524 \$</u>

La valeur comptable des comptes clients est réduite d'une provision pour créances douteuses et le montant des mauvaises créances est présenté dans l'état des résultats consolidés dans les charges d'exploitation. Lorsqu'un montant à recevoir est jugé non recouvrable, il est radié contre la provision pour créances douteuses. Le recouvrement subséquent de montants ainsi radiés est crédité dans les charges d'exploitation dans l'état des résultats consolidés.

La trésorerie et les équivalents de trésorerie et les placements temporaires (à l'exception d'un montant de 2 343 \$ au 31 décembre 2009) sont conservés dans une banque à charte canadienne.

Risque de liquidité

Un risque de liquidité survient lorsque les obligations financières dépassent les actifs financiers disponibles à tout moment. Dans le cadre de la gestion de son risque de liquidité, l'objectif de la société est de maintenir des réserves disponibles suffisantes pour respecter ses engagements à tout moment. La société atteint ce but en conservant suffisamment de trésorerie et d'équivalents de trésorerie. Au 31 décembre 2009, la société détient 468 658 \$ en trésorerie et équivalents de trésorerie. De plus, la société bénéficie de facilités de crédit de 700 000 \$ auprès d'une banque à charte canadienne.

Risque de taux d'intérêt

La société est exposée à un risque de taux d'intérêt à l'égard des avances des actionnaires dans le cas d'une fluctuation du taux préférentiel de la Banque du Canada. Au 31 décembre 2009, la société doit des avances portant intérêt à des actionnaires pour un montant de 559 728 \$ (986 486 \$ au 31 décembre 2008). Une variation de 1 % du taux préférentiel n'aurait pas un impact significatif sur les résultats de la société pour les exercices terminés le 31 décembre 2009 et 2008.

Risque de change

Le risque de change pour les redevances n'est pas significatif puisque les redevances sont payables en dollars canadiens. Le risque de change se limite aux comptes à payer en euros et en dollars américains. La hausse ou la baisse de 1% du taux de change n'aurait pas un impact significatif sur les résultats. Au 31 décembre 2009, les comptes fournisseurs incluent un montant de 14 999 \$ US (15 763 \$ CA) et un montant de 25 954 EUR (38 931 \$ CA) et les comptes clients incluent un montant de 36 888 \$ US (38 769 \$ CA). Au 31 décembre 2008, la trésorerie et les équivalents de trésorerie incluaient un montant de 30 428 \$ US (37 262 \$ CA) et les comptes fournisseurs incluaient un montant de 36 287 EUR (59 246 \$ CA).

Juste valeur

La société évalue la juste valeur de ses instruments financiers en se basant sur le taux d'intérêt courant, sur la valeur marchande et sur le prix des instruments financiers ayant des termes comparables. La société a déterminé que la juste valeur de ses actifs et passifs financiers à court terme correspond à leur valeur comptable respective en date du bilan en raison de leur échéance à court terme. La juste valeur

des avances des actionnaires correspond approximativement à leur valeur comptable parce qu'elles portent intérêt à des taux similaires aux taux du marché. Au 31 décembre 2008, les placements à long terme étaient classés comme instruments financiers disponibles à la vente et comptabilisés au coût puisque la juste valeur de cet actif financier n'était pas disponible.

Événements subséquents

- a) En février 2010, la société a renégocié les termes de sa marge de crédit de 700 000 \$. Cette marge porte désormais intérêt au taux préférentiel de la banque majoré de 1,6%. Tous les autres conditions demeurent les mêmes.
- b) En février 2010, la société a également octroyé à un employé des options d'achat pour l'acquisition de 2 000 000 actions ordinaires de la société à un prix d'exercice de 0,175 \$. Jusqu'à la moitié de ces options sont sujettes à annulation avant le 30 juin 2011 si certains objectifs financiers de la société ne sont pas atteints durant l'exercice terminé le 31 décembre 2010. Ces options ont été émises en vertu du régime d'options d'achat d'actions de la société et peuvent être exercées jusqu'au 14 février 2015.

Contrôle interne

En se fondant sur l'information que détient la direction, le co-chef de la direction et le chef des finances ont conclu, au terme d'une évaluation, que les contrôles et procédures de communication de l'information financière de la société, au sens donné à cette expression dans le Règlement 52-109 sur l'attestation de l'information présentée dans les documents annuels et intermédiaires des émetteurs, sont efficaces en vue d'assurer que l'information nécessaire devant être communiquée dans les rapports que la société dépose ou soumet conformément aux lois canadiennes sur les valeurs mobilières est enregistrée, traitée, condensée et communiquée dans les délais prescrits dans ces règlements et ces formulaires. Aucune modification au mécanisme de contrôle interne, qui aurait pu vraisemblablement avoir sur ce dernier une incidence importante, n'a été communiquée par d'autres personnes au sein de la société ou n'a été identifiée par la direction au cours de l'exercice financier terminé le 31 décembre 2009.

Risques et incertitudes

Risques de défaut de clients majeurs

À cause de la conjoncture économique, plusieurs entreprises, incluant plusieurs grandes entreprises, pourraient faire faillite ou cesser leurs activités. S'ils devaient cesser leurs activités ou se placer sous la protection de la loi contre la faillite, cela affecterait négativement les revenus et les liquidités de la société.

Variations liées à la conjoncture économique

La majorité des revenus de la société proviennent de la publicité. Or, le montant des investissements publicitaires est directement lié à la conjoncture économique générale et il a tendance à amplifier les mouvements de cette conjoncture. Les incertitudes économiques actuelles pourraient causer une diminution des dépenses en publicité Internet, ce qui aurait un impact négatif sur les revenus de la société.

Dépendance à l'égard des principaux sites représentés

La majorité des revenus publicitaires de la société est enregistrée sur des sites que la société ne possède pas mais avec lesquels elle a une entente de représentation commerciale. L'arrivée ou le départ de sites représentés du réseau BV! Media et l'évolution de la relation d'affaires de la société avec les éditeurs qu'elle représente pourraient avoir un impact sur les revenus ou sur la rentabilité de la société. Ce risque est cependant atténué par le fait que, en 2009, aucun éditeur tiers ne représentait plus de 10% des revenus de la société.

Incertaines sur une possible législation ou réglementation liée à la publicité et la vie privée

La société utilise le ciblage comportemental comme un élément différenciateur clé dans la vente de publicité graphique. Le ciblage comportemental permet de cibler des usagers en fonction de leurs

comportements de navigation sur Internet. Même si la technologie de ciblage comportemental n'utilise pas d'information personnelle identifiable, le ciblage comportemental pourrait être sujet, dans l'avenir, à une réglementation plus stricte ou à des normes d'industrie qui pourraient en limiter l'utilisation par la société. La société atténue ce risque en appliquant des normes exigeantes de protection de la vie privée des consommateurs et en permettant aux usagers, à leur demande, de ne pas être soumis à du ciblage comportemental.

Forte volatilité de la valeur de l'action

Étant donné le très faible volume de transactions dont elles font l'objet, la valeur des actions de la société est sujette à une très forte volatilité.

Nombre d'actions en circulation

Au 31 décembre 2009, il y avait 60 467 265 actions ordinaires de la société émises et en circulation.

Capitaux propres

Les capitaux propres de la société étaient de 6 839 709 \$ au 31 décembre 2009, comparativement à 6 348 364 \$ au 31 décembre 2008. Cette augmentation est due au bénéfice net enregistré en 2009.

Perspectives

Alors que le contexte économique demeure incertain, la direction prévoit un BAIIA positif au cours des prochains trimestres.

Déclarations prospectives

Certaines déclarations faites dans ce rapport de gestion, en particulier en ce qui a trait aux attentes de la société, sont des énoncés prospectifs. Ceux-ci comportent des risques et incertitudes connus et inconnus et peuvent faire en sorte que les résultats réels futurs de la société diffèrent sensiblement de ceux qui sont prévus. Ces risques comprennent notamment les incertitudes liées à la concurrence, aux marchés financiers et à l'accès aux capitaux, ainsi que les incertitudes liées aux changements d'ordre général et sectoriel dans la conjoncture économique.

SEDAR

De l'information additionnelle sur la société est disponible sur SEDAR (www.sedar.com) incluant l'avis de convocation à l'assemblée annuelle des actionnaires

Le 21 avril 2010

(signé)

(signé)

Patrick Pierra

Président, contenus et co-chef de la direction

Athanasios Vorias

Chef des finances